

Trabajo Fin de Grado

Responsabilidad social y buen gobierno mediante el
aprendizaje-servicio: Fortalecimiento del reciclaje
textil en las entidades sociales.

Autor/es

Jully Vanessa Almache Espinosa

Director/es

Isabel Acero Fraile
Ana Katarina Pessoa de Oliveira

Facultad de Economía y Empresa
Universidad de Zaragoza
2020

INFORMACIÓN Y RESUMEN

Autor/es del trabajo: Jully Vanessa Almache Espinosa

Director/es del trabajo: Isabel Acero Fraile y Ana Katarina Pessoa de Oliveira

Título del trabajo: Responsabilidad social y buen gobierno mediante el aprendizaje-servicio: Fortalecimiento del reciclaje textil en las entidades sociales.

Titulación: Finanzas y Contabilidad

Resumen: En los últimos años la industria textil ha supuesto una parte importante respecto al impacto en el medio ambiente, además que se ha incrementado el consumo desmesurado gracias a los precios tan competitivos y económicos que se encuentran en los mercados. Por ello, en este trabajo, se quiere dar el reflejo de aquellas entidades del sector textil que tienen un carácter social y dirigen sus objetivos a la conservación del medioambiente, pero que además contribuyen también a unos beneficios sociales a través del empleo. Se plantea un proyecto que permite, mediante la aplicación de la metodología aprendizaje-servicio, analizar el impacto social, económico y medioambiental que realizan las empresas de inserción social en el ámbito del reciclaje textil, aportando una visión integral de su actividad.

Abstract: In recent years the textile industry has been an important part of the impact on the environment, and consumption has increased excessively thanks to the competitive and economical prices found in the markets. Therefore, in this work, we want to reflect those entities in the textile sector that have a social character and direct their objectives to the conservation of the environment, but which also contribute to social benefits through employment. A project is proposed that allows, through the application of the learning-service methodology, to analyze the social, economic and environmental impact carried out by social insertion companies in the field of textile recycling, providing a comprehensive view of their activity.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	4
II.	RESPONSABILIDAD SOCIAL	5
1.	CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	6
2.	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN ESPAÑA	7
III.	METODOLOGÍA APRENDIZAJE- SERVICIO.	8
IV.	ENTIDADES EN EL ÁMBITO SOCIAL Y DEL RECICLAJE TEXTIL	10
1.	AROPA2.	11
2.	A TODO TRAPO.	12
V.	ANÁLISIS DAFO PARA ENTIDADES SOCIALES Y RECICLADORAS DE MATERIAL TEXTIL.	13
VI.	PROPUESTA PROYECTO IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL DEL RECICLAJE TEXTIL.	15
1.	METODOLOGÍA: VALORACIÓN DEL RETORNO SOCIAL DE LA INVERSIÓN (SROI).	16
2.	EN RELACIÓN A LOS <i>STAKEHOLDERS</i> .	
2.1.	CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DE <i>STAKEHOLDERS</i> .	18
2.2.	MAPA DE IMPACTOS.	19
2.3.	VALORACIÓN DE IMPACTOS.	22
3.	EN RELACIÓN A LOS RECURSOS INVERTIDOS.	
3.1.	RECURSOS HUMANOS.	23
3.2.	RECURSOS MATERIALES.	24
3.3.	VALORACIÓN DE RECURSOS.	25
4.	CÁLCULO DEL SROI.	25
VII.	CONCLUSIONES.	26
VIII.	BIBLIOGRAFÍA.	29

I. INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo ha sido elaborado bajo las directrices del Aprendizaje- Servicio (de ahora en adelante ApS), es por ello que se define de la siguiente manera como una

“Propuesta pedagógica que se dirige a la búsqueda de fórmulas concretas para implicar al alumnado en la vida cotidiana de las comunidades, barrios, instituciones cercanas. Se conceptualiza dentro de la educación experiencial y se caracteriza por: a) protagonismo del alumnado; b) atención a una necesidad real; c) conexión con objetivos curriculares; d) ejecución del proyecto de servicio; y e) reflexión” (Naval, et. al., 2011, p.88).

En cualquier caso, se trata de un enfoque que promueve aprendizaje de tipo experiencial, por ello hemos tomado el caso de entidades del tercer sector, es decir, concretamente empresas de inserción laboral que tienen como actividad principal el reciclaje y reutilización de ropa de segunda mano, y que presentan ciertas problemáticas como:

- falta de conciencia ciudadana al consumo de ropa de segunda mano; y, para ello la empresa deberá hacer lo posible para aumentar y atraer la conciencia ciudadana sobre reciclaje de ropa.
- la falta de información acerca de la actividad de la empresa, incluyendo memoria económica y social anual para los diferentes grupos de interés.

Entonces, primero será clave conocer el papel fundamental que desempeñan las entidades recicladoras, ya que muestra la responsabilidad de las personas implicadas directamente en la búsqueda de realidades más sostenibles; mediante el reciclaje textil, y como economía social atendiendo a las comunidades en riesgo de exclusión social en Zaragoza.

A través del enfoque ApS se dedica la atención a una necesidad real, que es dar a conocer la problemática del consumo de ropa de segunda mano, es decir, pasar a considerarlo como un hábito tan corriente como ir a comprar a una tienda de ropa de primer uso, ya que en la sociedad actual en la que vivimos la generación de residuos constituye un grave problema debido a las características cada vez más contaminantes y al elevado volumen de producción de los mismos, por tanto, el primer paso que se quiere dar es la minimización mediante la información, sensibilización, prevención y reducción en cuanto a la generación de residuos textiles, introduciendo así cambios en los hábitos de los consumidores, olvidando la vieja filosofía de usar y tirar.

La filosofía de las entidades recicladoras de material textil puede ser dirigida a la comunidad Universitaria y, que ésta sea sensible a los problemas, dificultades o deficiencias que se presenta en el entorno textil. La Universidad puede aportar de inúmeras maneras, pero en este trabajo queremos dar énfasis a una metodología basada en el aprendizaje real en una empresa real, aplicando los conocimientos adquiridos en diferentes asignaturas, ya que este trabajo se va a desarrollar realizando un análisis para ver cómo se puede mejorar, o bien proponer otra solución viable, es decir, plantear soluciones para las dos problemáticas descritas anteriormente en el segundo párrafo.

Todo esto se llevará a cabo mediante un aprendizaje integral y vivencial que se enmarcaría con la aplicación de trabajos de primera mano por parte de los estudiantes de la Universidad, dando así significado a las asignaturas que cursan los alumnos de la Universidad de Zaragoza, concretamente bajo la titulación de Finanzas y Contabilidad.

A continuación, también consideramos oportuno explicar un concepto que va de la mano con el trabajo desarrollado a través de la metodología ApS, que es la Responsabilidad Social (RS), y que por tanto se explica a continuación de este apartado. Asimismo, entendemos que tratándose de entidades cuyo el objetivo es el reciclaje de elementos textiles, estamos poniendo en foco un tipo de trabajo que está incluido en una de las metas para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenibles 2030 (ODS).

La metodología ApS, la Responsabilidad Social y los Objetivos de Desarrollo Sostenible son conceptos claves en este trabajo por su interconexión entre ellos.

II. RESPONSABILIDAD SOCIAL

En relación a la Responsabilidad Social podemos decir que a lo largo de los últimos años hemos intentado ponernos de acuerdo acerca de una definición compartida de lo que es la RS, pero no hemos llegado a ningún acuerdo, ya que no es una realidad física, sino una construcción social, que cada uno ve desde la óptica de sus conocimientos, capacidades e intereses, además de sus propias raíces culturales.

Ahora bien, sabemos que la RS de las organizaciones no es un concepto nuevo y por tanto ha ido evolucionando, por ello los primeros vestigios a señalar son la obra de “The Wealth of Nation” (1776), de Adam Smith, quien defiende que el funcionamiento de los mercados debe sentarse sobre reglas éticas y morales. Años más tarde Bowen (1953), en su obra “Social Responsibilities of the Businessman”, se plantea hasta qué punto los intereses a largo plazo de una organización empresarial deberán converger con los de la

sociedad. Además, Peter Drucker (1954) en su obra “The Practice of Management” incorpora la responsabilidad pública como una de las áreas clave del *management*, es decir, los ejecutivos además de cumplir su “primera responsabilidad con la sociedad”, que es operar hacia el beneficio, tenían que “promover el bien público”, así contribuir a la estabilidad, el fortalecimiento y la armonía social (Drucker, 1954).

Desde el punto de vista capitalista cabe decir que la empresa puede llegar a cambiar el entorno, esto lo señala Drucker años más tarde (1984), quien dice que “la Responsabilidad Social convierte un problema social en una oportunidad económica y en beneficio económico, capacidad productiva, competencia humana, empleos bien retribuidos y salud”.

Por último, mencionaremos a Carroll (1999) quien define cuatro tipos de responsabilidades sociales, una de ellas es la responsabilidad económica, es decir que la razón de ser de la empresa es que la producción sea eficiente y rentable. La segunda responsabilidad es legal, aquí debe cumplir las leyes, ya que son los valores y acuerdos que la sociedad considera aceptables y correctos. Como tercer tipo de responsabilidad hablamos de la ética, donde las empresas deben respetar y cumplir los valores sociales cuando realizan sus actividades con independencia de que dichos valores estén o no plasmados en una ley. Y, para terminar Carroll define un tipo de responsabilidad discrecional o filantrópica, es decir contribuir a la mejora de las condiciones y calidad de vida de la sociedad donde actúa la empresa.

No tomamos partido por ninguno de los conceptos anteriores porque creemos que todos tienen su validez, pero nos inclinamos, en el caso de nuestro estudio, por el último concepto definido por Carroll (1999), “responsabilidad discrecional o filantrópica”, por acercarse más a la realidad de las entidades sin ánimo de lucro.

1. CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Vamos a partir de un concepto relacionado con la RS que se conoce como “desarrollo sostenible”, y que aparece por primera vez en el INFORME BRUNDTLAND, publicado en 1987 por la Comisión Mundial sobre el medio ambiente y desarrollo, el cual lo define como “aquel que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras y la satisfacción de sus propias necesidades” (Harlem Brundtland, 1987).

Este informe empieza a tener conciencia de que los recursos son finitos y por ello enfrenta y contrasta la postura de desarrollo económico actual junto con el de sostenibilidad ambiental, que fue realizado por la ex primera ministra de Noruega (Gro Harlem Brundtland, 1987), con el propósito de analizar, criticar y replantear las políticas de desarrollo económico globalizador, reconociendo que el actual avance social se está llevando a cabo a un coste medioambiental alto.

Por ello, la responsabilidad social es uno de los aspectos más destacados a nivel global, es decir, a nivel de empresa como de otras instituciones públicas o privadas, ya que vivimos en un planeta en que persisten importantes desequilibrios que requieren una respuesta armónica y coordinada por parte de todos los agentes socioeconómicos.

En consecuencia, años más tarde en la celebración de la Primera Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992, Naciones Unidas puso en marcha la Agenda 21 con el objetivo de estructurar el programa global que canaliza el esfuerzo del desarrollo sostenible. Y en el año 2000 se establecieron dos puntos fundamentales para poder llevar a cabo el desarrollo de la sostenibilidad a nivel mundial, los cuales fueron:

- La declaración de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) siendo ocho que apuntan a una serie de áreas como son la reducción de la pobreza, el hambre, las enfermedades, la desigualdad de género y el acceso al agua y saneamiento. Objetivos que el mundo se comprometió a alcanzar en 2015.
- La creación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, con el fin de promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global que permita conciliar los intereses de las empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), sindicatos y Organizaciones no Gubernamentales (ONGs), sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

2. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN ESPAÑA.

Como continuación del apartado anterior, el par de iniciativas antes mencionadas han supuesto un importante empuje hacia el desarrollo sostenible, ya que ha permitido la creación de una nueva generación de objetivos, es decir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales en septiembre de 2015 los Estados Miembros de la ONU decidieron aprobar como la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, y por tanto

ahora pasan a ser un conjunto de 17 objetivos, que van desde el fin de la pobreza a la accesibilidad de la educación, el agua o la energía sostenible.

Los objetivos que se plantean son de gran importancia ya permiten dotar a las organizaciones de un modelo de empresa orientada a la sociedad que contribuye al desarrollo sostenible; innovar en los procesos de dirección medioambiental, y fomentar el interés de ser socialmente responsable. Por ello actualmente en el ámbito nacional los distintos organismos coordinan estrategias para llevar a cabo el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en España.

III. METODOLOGÍA APRENDIZAJE – SERVICIO.

Una vez hemos introducido en los apartados anteriores los conceptos relacionados con la Responsabilidad Social, consideramos importante tener una visión clara de lo que es el Aprendizaje – Servicio (de ahora en adelante ApS).

Ahora bien, el significado de ApS tiene múltiples definiciones, así que vamos a señalar una definición relevante frente a su concepto y que es utilizada con frecuencia como

“una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto bien articulado en el que los participantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con el objetivo de mejorarlo” (Palos Rodríguez, Puig Rovira, 2006, p.60)

En relación a la definición anterior podemos ver cómo desde el punto de vista de la metodología de aprendizaje a través de la educación, toma otra perspectiva respecto a lo convencional o propiamente dicho de una educación formal, ya que la metodología ApS permite que las instituciones educativas formen a los alumnos a través de conocimientos, pero que también permita ponerlos en práctica, es decir es una situación real que combina los procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad.

Seguidamente, y ante las distintas definiciones de ApS, podemos mencionar otra distinta a la mencionada anteriormente, la cual se define como

“una actividad o programa de servicio solidario protagonizado por los estudiantes, orientado a atender eficazmente las necesidades de una comunidad, y planificada de forma integrada con los contenidos curriculares con el objetivo de optimizar los aprendizajes” (Tapia, 2008, p.43).

Desde esta otra perspectiva de lo que es ApS podemos ver que este tipo de metodología permite corroborar la manera de entender el sentido de la institución educativa, es decir se vincula con el entorno, ya que de alguna manera los estudiantes son protagonistas de

una actividad real, y por ello el ApS se considera una propuesta muy flexible que permite su desarrollo en entornos y contextos muy distintos.

Uno de los puntos principales a los que podemos hacer mención como continuación al punto de vista anterior es que permite obtener buenos resultados, como consecuencia de la relación que se crea entre los estudiantes y a quienes se les ofrece el servicio, aquí también es importante señalar que la solidaridad le da sentido al aprendizaje, y el aprendizaje servicio hace más significativa la acción solidaria. Por consiguiente, de alguna manera la sociedad y el entorno es una extensión del aula, es decir, que la comunidad, los vecinos, las asociaciones, las empresas de inserción, etc., se convierten también en educadores.

Así pues, vamos a reflejar las razones que consideramos importantes para ponerlo en práctica y así en un futuro poder hacer extensible el ApS como una propuesta metodológica y educativa en más áreas de la Universidad Zaragoza, ya que es el método de aprendizaje que se desea utilizar para poner en consonancia Responsabilidad Social y ApS a través de este proyecto que tiene como destino medir el impacto del reciclaje textil de ropa de segunda mano.

- La primera razón por la que deberíamos considerar esta experiencia es por que hacer un servicio a la comunidad permite que el aprendizaje sea más eficiente, ya que los alumnos encuentran sentido a lo que estudian cuando aplican sus conocimientos y habilidades en una práctica solidaria.
- También ayuda dando respuesta a problemas actuales en áreas sociales y educativas.
- Supone una manera bastante eficiente para poder trabajar en el ámbito de economía social y ambiental.
- Se crean vínculos de primera mano entre las distintas entidades.

Entonces con lo que se ha descrito anteriormente consideramos oportuno plantear la siguiente pregunta como desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado, y sería;

¿Qué puedo aportar con mis conocimientos a entidades del tercer sector para aplicar la metodología ApS?

En respuesta a la cuestión planteada considero que habiendo realizado la formación en el ámbito Financiero y Contable, se pueden desarrollar diferentes metodologías de aprendizaje, dirigido a distintas áreas económicas para las entidades del tercer sector, como, por ejemplo, Economía Ambiental, Social y Ecológica, al igual que desarrollar el impacto generado por estas entidades, pero también en otras áreas pertinentes, como son el desarrollo contable y financiero de su actividad.

Durante la carrera se desarrollan ciertas aptitudes que permiten en un futuro establecer una relación de servicio que nos facilita unir aprendizaje con un compromiso social, es decir, que vamos aprender haciendo un servicio a la comunidad. Ciertamente se permite que el desarrollo de los conocimientos adquiridos se vea reforzado, ya sea por la adquisición de los conocimientos propios en la Universidad, como su asimilación para la transmisión más adecuada de estos conocimientos a la sociedad.

Dentro de este escenario procedemos a exponer la metodología descrita anteriormente, con el objetivo de proponer un proyecto de impacto social y ambiental para entidades recicladoras de material textil. La primera parte va dirigida al Aprendizaje dando reflejo a los conocimientos adquiridos y donde se desarrolla gran parte de este trabajo, ya que la parte de Servicio consistiría en la realización y puesta en marcha en alguna entidad dedicada al reciclaje textil que mencionaremos posteriormente.

IV. ENTIDADES EN EL ÁMBITO SOCIAL Y DEL RECICLAJE TEXTIL.

El sector textil a través del reciclaje de ropa puede crear empleos de forma social y sostenible para aquellas personas que se encuentran en situación de exclusión social, además de fomentar el uso de una economía circular basada en los tres pilares básicos que son reutilizar, recoger y reciclar. Las empresas que se dedican a la unión de estas perspectivas son conocidas bajo la denominación de Empresas de Inserción.

Vamos a presentar dos empresas de Inserción ubicadas en la ciudad de Zaragoza y que desarrollan su labor dentro del sector textil, así podremos entender su funcionamiento y la relación entre los objetivos en el ámbito social y medioambiental, y a su vez ver cómo permiten el desarrollo de una economía circular.

Una vez realizada la presentación de ambas entidades, haremos el análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO).

1. AROPA2.

Nos encontramos ante un proyecto que nace en 2013, conocida en la actualidad en la ciudad de Zaragoza como aRopa2, es una empresa de inserción, que está promovida y fundada por Tiebel, S.Coop, pero que se desarrolla a través de Tiebel servicios de Inserción S.L.U (Tinser).

Sus objetivos se dirigen al ámbito social realizando como actividad principal la recuperación y el reciclaje textil, distribuyendo contenedores de ropa en 130 puntos de recogida diferentes de la ciudad y sus alrededores. Además de prestar servicios de limpieza profesional, a través del proyecto aRopa2.

Otra de las actividades que realizan es la venta de ropa y a su vez entrega social de prendas de vestir a personas que derivan de los servicios sociales; también tiene un objetivo medioambiental que va acompañado de talleres de sensibilización.

Estas actividades generan puestos de trabajo remunerados para personas en riesgo de exclusión social, con la finalidad de facilitarles el acceso al mercado laboral, a través de la formación y el acompañamiento durante un periodo máximo de tres años.

Los destinatarios de la inserción laboral pueden ser aquellos jóvenes mayores de dieciocho años y menores de treinta que procedan de Instituciones de Protección de Menores, como también personas que presentan problemas de drogodependencia u otros trastornos adictivos que se encuentren en proceso de rehabilitación o reinserción social; e internos de centros penitenciarios cuya situación penitenciaria les permita acceder a un empleo, así como liberados condicionales y ex reclusos, entre otros.

La posibilidad o no, de que la persona haga parte de la plantilla de trabajo de aRopa2 depende de los Servicios Sociales de Aragón, ya que es ésta la entidad encargada de analizar cada caso de manera individualizada.

Las personas en riesgo de exclusión social que forman parte de esta entidad representan un 50% del total de trabajadores de aRopa2.

Otra de las particularidades a mencionar es que el 80% de los resultados obtenidos en cada ejercicio se deben reinvertir en la mejora o ampliación de su estructura productiva, inversiones, entre otras , pero desde sus inicios Tiebel Servicios de Inserción reinvierte

el 100% del resultado de cada ejercicio, sin realizar ningún reparto de beneficios (Memoria 2013¹).

Además, las empresas de inserción, entre ellas Tiebel Servicios de Inserción, cuentan con el apoyo de la Unión Europea para que, a través del Programa Operativo de Aragón, puedan obtener diferentes tipos de subvenciones, una de ellas es por la creación y mantenimiento de empleo para situación o riesgo de exclusión social, la cual permite percibir durante un período máximo de tres años y por cada persona contratada una subvención anual equivalente al 60% del salario mínimo interprofesional.

Gracias a la actividad que desarrollan como empresa de inserción, podemos decir, en definitiva, que esta empresa está encaminada al concepto de Economía Social, tal y como viene en marcada por la aprobación de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social. Es un claro ejemplo de cómo la racionalidad y el progreso social son totalmente compatibles, y que además la eficiencia empresarial puede ir en consonancia con la responsabilidad social, poniéndose así de manifiesto que es posible hacer otro tipo de empresa que no solo el modelo tradicional de empresa basado en perseguir beneficios económicos.

2. A TODO TRAPO.

La Fundación por la Inclusión Social de Cáritas Zaragoza a través de su empresa de inserción A Todo Trapo S.L.U, promueve la recogida, reutilización y reciclaje de ropa y textil en la ciudad de Zaragoza desde 2014.

A Todo Trapo es un proyecto que permite mejorar la empleabilidad e inserción laboral de personas en situación de exclusión social, principalmente de mujeres, generando puestos de trabajo a través de la recogida, selección, tratamiento y comercialización de ropa de segunda mano, cuyo destino será la reutilización textil en la tienda de ropa “LATIDO VERDE-MODA RE” que se configura como la última fase de gestión de la ropa, y que inició su actividad en 2016.

Además, en la tienda “LATIDO VERDE-MODA RE” no sólo se vende ropa de segunda mano, sino que contribuye también a crear empleo social y a la vez es un lugar de encuentro, ya que permite atender a todas las personas que son derivadas de proyectos de Cáritas Diocesana de Zaragoza o Parroquias, de otras entidades sociales y del Ayuntamiento de Zaragoza para poder abastecerles de la ropa que necesiten.

¹ La memoria de 2013 es la única que está disponible en la página web de aRopa2.

En la ciudad de Zaragoza y otros municipios cercanos A Todo Trapo tiene disponible una red de 144 contenedores metálicos para la recogida de ropa usada. Las personas en situación de riesgo o exclusión social que ocupan un puesto de trabajo en A Todo Trapo son personas participantes en el Programa de Inserción Laboral de la Fundación por la Inclusión Social de Cáritas Zaragoza y otros participantes derivados directamente de los Centros Municipales de Servicios Sociales, que presentan problemas económicos, son parados de larga duración que presentan dificultades socio-familiares, o se encuentran en otras situaciones posibles mencionadas en el caso de aRopa2.

Por otro lado, todos los trabajadores de inserción participan en procesos personalizados de inserción laboral, es decir que tienen una formación orientada, ya que por medio de A Todo Trapo aprenden, como en este caso en concreto que se dedican al reciclaje textil, cómo se encuentran organizadas las rutas de recogida de ropa, los conocimientos básicos para la organización de un almacén, formación para la selección y clasificación de ropa, y otros aspectos para mejorar su formación.

Ante lo expuesto, podemos ver que la actividad principal a la que se dedica la empresa, siendo el Reciclaje Textil y que coincide con su objetivo social, permite la integración y formación socio laboral de personas en riesgo de exclusión, de la misma manera que a modo ambiental.

V. ANÁLISIS DAFO PARA ENTIDADES SOCIALES Y RECICLADORAS DE MATERIAL TEXTIL.

El trabajo que se va a desarrollar se encuentra orientado para dar a conocer a los alumnos de la Universidad de Zaragoza la realidad y las necesidades del reciclaje textil que realizan las entidades de inserción laboral como son aRopa2 y A Todo Trapo, y así poder detectar las necesidades de estas empresas a la hora de difundir su labor tanto social como medioambiental.

Para ello, vamos a dar uso de la herramienta DAFO. Nuestra trayectoria será a partir de las técnicas tradicionales en la Dirección de Empresa, de fácil aplicación y de mucha utilidad, de forma que así podremos tener presente las oportunidades y amenazas a nivel externo y fortalezas y debilidades a nivel interno en la empresa, y en consecuencia nos permitirá desarrollar las estrategias a seguir para hacer frente a los retos actuales.

La matriz DAFO analizada se realizará de forma conjunta para las empresas sociales aRopa2 y A Todo Trapo, como se muestra a continuación, ya que ambas presentan características similares que permiten su análisis de forma conjunta:

Tabla V.I: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de las empresas de inserción en el ámbito del reciclaje textil.

DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Poca visibilidad social de las empresas de inserción. 2. Por parte de aRopa2 poca información relevante a cerca de la actividad que desarrolla la empresa, es decir documentos informativos tales como: Informe de auditoría y cuentas anuales. Valoración impacto económico y social. Todo tipo de información importante para los grupos de interés (empresas, familias, consumidores, etc). 3. Falta de innovación para atraer público al uso de ropa de segunda mano. 4. Ausencia de ánimo de lucro que conlleva a la búsqueda de fines sociales. 5. El personal técnico encargado de dar visibilidad aRopa2 no cuenta con una adecuada formación en el ámbito de marketing empresarial.	1. Poca conciencia en el consumo de ropa de segunda mano para poder vender en las tiendas. 2. Tiendas de ropa de segunda mano que se asocian con una imagen de poca calidad, suciedad y desorden. 3. Dependen de las Administraciones Públicas para obtener ingresos, subvenciones, etc.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Fuerte compromiso con la comunidad local en el ámbito de inserción laboral como medioambiental. 2. Vinculación con los colectivos sociales en riesgo de exclusión social. 3. Es un instrumento eficaz de políticas activas para la inserción laboral. 4. Diversidad de funciones dentro de la empresa, lo que permite crear más oportunidades de empleo y adaptarse al mercado. 5. Capacidad de resistencia frente a las dificultades. 6. Implicación y motivación de todo el personal que compone la empresa. 7. Fuerte conciencia en el Reciclaje textil.	1. Existencia de medios públicos a través de redes sociales que den apoyo a estas empresas de inserción. 2. La posibilidad de hacer proyectos conjuntos entre la universidad y la empresa a través de la cooperación y el intercambio metodológico. 3. Trabajar en red entre las distintas entidades para mejorar procedimientos y procesos de la empresa. 4. Mayor vinculación con nuevos consumidores en la Universidad. 5. Permite avanzar en el concepto de Responsabilidad Social. 6. Ayudas y subvenciones públicas. 7. Mayor preocupación de los consumidores por el cuidado del medioambiente, mediante la realización de un consumo responsable que recicla y reutiliza material textil.

Fuente: elaboración propia a partir de la tabla de análisis DAFO (2020).

Como se puede apreciar las debilidades principales que se pueden observar son la falta de visibilidad para que haya un interés de los consumidores en este tipo de entidades, ya sea como empresa de inserción social o como empresa socialmente responsable con el medioambiente a través del reciclaje textil. Y la falta de información relevante por parte de aRopa2 en materias como los informes de auditoría y cuentas anuales, impacto que generan tanto económico, medioambiental y social a través del reciclaje y la reutilización textil, es decir, todo tipo de información importante para que los grupos de interés puedan ver los logros medioambientales que se llevan a cabo.

Por ello, gracias a este análisis nuestra primera finalidad sería establecer una relación entre las entidades aRopa2 y/o A Todo Trapo con la Universidad, ya que podemos conseguir difundir mediante charlas en la Universidad bajo el concepto de “Economía

Ecológica y Sostenible a través del Reciclaje Textil”, mayor conciencia ciudadana y abarcar nuevos consumidores en el área de la Universidad de Zaragoza, como del entorno de la empresa ya que a través de diferentes técnicas de marketing que se estudian en la Universidad permitiría dar mayor visibilidad creando más interés en este tipo de entidades y pudiendo hacer frente de este modo a esta debilidad detectada.

Además, a partir del análisis anterior realizado, podemos alcanzar nuestra segunda finalidad del trabajo que sería poder contribuir con lo aprendido en las aulas a un caso real y, a su vez, aprender a través de un trabajo presencial elaborado por los alumnos de la Universidad. Concretamente, la propuesta de trabajo a llevar a cabo es valorar el retorno social de la inversión (SROI) que realiza aRopa2 y A Todo Trapo como consecuencia de su actividad principal, el reciclaje e inserción social del personal que compone la empresa, facilitando mejorar su imagen como socialmente responsable, permitiendo conocer el impacto social y ambiental del reciclaje de ropa sumando el clásico análisis económico- financiero exigible. Una vez calculado el SROI, dicho análisis debería quedar reflejado en la página web de ambas entidades, para que todos los grupos de interés conozcan el impacto real que generan dichas organizaciones, puesto que tal y como ha quedado reflejado en el análisis DAFO, ésta es una de sus debilidades.

VI. PROPUESTA PROYECTO IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL DEL RECICLAJE TEXTIL.

Teniendo presente los resultados obtenidos en el apartado anterior y a través de sus debilidades antes mencionadas, consideramos oportuno proponer un Proyecto que permita medir el Impacto Social y Ambiental generado gracias a la recuperación y reciclaje textil, desempeñado tanto por aRopa2 como por A Todo Trapo, puesto que muchas empresas y ONG saben que crean valor social pero su dificultad está en cómo medirlo y darlo a conocer a la sociedad en general y a sus grupos de interés en particular.

Por tanto, en el presente trabajo se van a poner en práctica las primeras fases² de la metodología de retorno social de la inversión SROI, con el objetivo de que en un futuro los estudiantes puedan poner al servicio las aptitudes intelectuales adquiridas en los

² Por falta de información no se puede realizar el análisis completo, ya que para llevarlo a cabo haría falta información concreta que no se encuentra disponible de forma pública.

diferentes cursos para suplir una debilidad muy importante que hemos percibido, que sería proporcionar visibilidad en materia de impacto social, ambiental y económico.

1. METODOLOGÍA: VALORACIÓN DEL RETORNO SOCIAL DE LA INVERSIÓN (SROI).

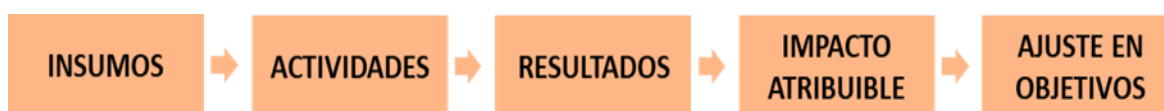
El SROI es un método que permite entender, medir y comunicar el valor económico, financiero, social y medioambiental generado por una actividad, en relación a los recursos invertidos por una organización, con independencia de su orientación al lucro.

El desarrollo de esta metodología parte de la realización de un análisis coste-beneficio y de la contabilidad social, además cuenta con un enfoque participativo que facilita el proceso de asignación de valor económico, ya sea de manera cualitativa como cuantitativa, por ello permite tener una variedad de resultados, tengan o no valor en términos de mercado.

Por tanto, el SROI mide el valor de los beneficios sociales en relación a los costes en los que se ha incurrido para obtener dichos beneficios sociales. En consecuencia, se expresa en forma de ratio, con el objetivo de presentar en un indicador el valor (en euros) del impacto social, económico y/o medioambiental.

También podemos añadir que realizar el cálculo del retorno social de la inversión (SROI) aporta diferentes utilidades, ya que nos permite comunicar la creación de valor social cuantificado que realiza la empresa, generar confianza a los inversores del proyecto de impacto, como también gestionar proyectos en el seno de la organización, ayudar a definir planes estratégicos dentro de la organización y fomentar el diálogo con los grupos de interés (de ahora en adelante *stakeholders*).

El proceso de cálculo del SROI está basado en un sistema que encadena la creación de valor o impacto, siendo esta cadena de la siguiente manera:



Por ello se considera pertinente establecer diferentes fases de trabajo, las cuales serían las siguientes:

Fase 1 Alcance del análisis

Comenzaremos con la **identificación de los diferentes grupos *stakeholders***, es decir, aquellos que están implicados o beneficiados en la organización, ya sea de forma directa o indirecta. También es necesario determinar los **recursos disponibles** para la llevar a cabo el proyecto que realiza la organización, así como el **horizonte temporal** para la valoración de impactos, y el papel que juega el análisis del SROI, es decir ¿Cuál es la naturaleza del análisis: de **forma predictiva, comparativa o para verificar?** Importante también decidir sobre cómo **involucrar a los *stakeholders***.

Fase 2 Mapa de impactos

Aquí comenzaremos a identificar los cambios que experimentan los grupos de interés como consecuencia del proyecto implementado, por ello **se identifican y se describen los cambios, beneficios o impactos obtenidos**.

Fase 3 Constatación de los resultados y asignación de valor

En esta fase vamos a **determinar mediante unidad de medición el impacto** que se genera a los *stakeholders*, para poder convertirlo a euros. Hay que tener presente que muchos impactos son difícilmente valorables de forma directa, y por tanto tendremos que buscar otra forma afín para poder medirlo y darle el valor monetario necesario en términos brutos.

Fase 4 Determinación del impacto

El objetivo fundamental de esta fase es atribuir los diferentes **impactos que genera en el sistema social**, y para ello la forma de medir y valorar sería teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Coste de desplazamiento: Se toma en consideración si el desarrollo de la actividad de la empresa ha “desplazado” otros cambios con objetivos transversales, o lo que es lo mismo, si lo ha empeorado. Aunque también podemos valorar los efectos negativos que se han producido en ciertos grupos de interés con la puesta en marcha de nuestra actividad.

Peso muerto: Sería cuestión de plantearse si los cambios en el ámbito social se hubiesen podido conseguir con independencia de que la empresa hubiera llevado a cabo su actividad. Las fuentes informativas a las que se puede recurrir son las encuestas a los *stakeholders*, como comparativas de otra entidad que proporciona el mismo servicio, etc.

Atribución: Como su propio nombre lo indica atribuimos cambios en la sociedad, pero no por parte de la empresa, hablamos de esfuerzos ajenos, es decir, podemos ver quién más contribuyó a los cambios.

Decrementos: Hace referencia a qué podría afectar con el transcurso del tiempo al impacto que se desea generar por parte de la entidad a mis grupos de interés.

Podríamos decir que sería: **IMPACTOS = CAMBIOS – (PESO MUERTO+ ATRIBUCIÓN+ DECREMENTOS+ DESPLAZAMIENTOS)**

Fase 5 Cálculo del SROI

Es el coeficiente entre el valor actual de los impactos y el total de la inversión.

$$\frac{(\text{VALOR DEL IMPACTO SOCIAL} - \text{VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL})}{\text{VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL}}$$

$$\text{VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL}$$

Lo que hace es cuantificar el porcentaje de reversión en términos de beneficio social que se logra a través de la inversión de recursos en la prestación de servicios de interés general. Si como resultado de aplicación de esta ratio supera el 0%, quiere decir que la inversión es rentable en términos sociales.

La ventaja de esta metodología radica en su simplicidad y flexibilidad para evaluar la rentabilidad social de un proyecto.

Fase 6 Comunicación y gestión.

2. EN RELACIÓN A LOS STAKEHOLDERS.

2.1. CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DE STAKEHOLDERS.

Hoy en día gran parte de las empresas han optado como estrategia tener un comportamiento “socialmente responsable”, ya que les permite unir objetivos y expectativas en el contexto social en el que operan.

Pero no es hasta los años ochenta cuando el concepto de *stakeholders* toma relevancia gracias a la publicación del libro *Strategic Management: A Stakeholders Approach* de Freeman en 1984, quien define “*un stakeholders o grupo de interés, que de forma explícita o implícita, voluntaria o involuntariamente se encuentra afectado por las políticas de una organización y puede afectar, o condicionar, la actividad de aquella*” (Freeman, 1984, p.24).

Con el objetivo de identificar a los *stakeholders* de las empresas de inserción laboral que se dedican al reciclaje textil y de describir sus cualidades, se propone el modelo de investigación y las hipótesis que serán contrastadas en este trabajo. Por tanto se consideran *stakeholders* primero a aquellos individuos o grupos para los que van destinados la ropa de segunda mano, ya sea en el ámbito social o a través de la venta. Y en segundo lugar aquellos individuos o grupos que participan de manera activa en el proceso recogida, reutilización y reciclaje de ropa.

De todas maneras, la información que se necesitaría obtener de las empresas de inserción en el sector del reciclaje textil para identificar los *stakeholders* sería:

- a. Destinatarios de la ropa de segunda mano:
 - Familias en situación de dificultad derivada de los servicios sociales.
 - Individuos que se destinan a comprar prendas de vestir.
 - Entidades pequeñas que se dedican a la venta de ropa de segunda mano, actuando las empresas de inserción como proveedor.
- b. Participantes en la recogida, reutilización y reciclaje de ropa:
 - Jefes de equipo del proyecto de aRopa2 y A Todo Trapo.
 - Personal laboral en nave industrial de aRopa2 y A Todo Trapo.
 - Personal laboral en tiendas de ropa de segunda mano en aRopa2 y LATIDO VERDE-MODA RE.
- c. Otros *stakeholders* con impacto indirecto:
 - La administración pública.
 - Familias del personal en inserción laboral.

2.2. MAPA DE IMPACTOS.

El mapa de impactos tiene como objetivo ayudar a comprender los efectos de la actividad, como de la estrategia que lleva a cabo las empresas de Inserción en el reciclaje textil sobre los *stakeholders*, en sí, lo que hace es describir las expectativas que los grupos de interés depositan en la actividad de una entidad, por ello se realiza a través de los efectos estimados por cada perfil de *stakeholder*.

Consideramos que los *stakeholders* que deberían ser seleccionados para evaluar los impactos del proyecto son las familias o personas que son derivadas de los servicios sociales para la entrega de ropa, el personal de apoyo que se dedica a dar preparación, formación a las personas en riesgo de exclusión social, el personal en inserción laboral,

dado que son los beneficiarios principales de la iniciativa del proyecto aRopa2 y A Todo Trapo. De la misma manera también se han considerado los coordinadores que están vinculados directamente con el proyecto de la empresa aRopa2 y A Todo Trapo. Además, se considera a la Administración Pública puesto que el trabajo que realizan las empresas de inserción a través del reciclaje genera un ahorro en su liquidez.

De tal forma que nuestra propuesta para el mapa de impactos de acuerdo al perfil de cada *stakeholder* del proyecto de entidades de inserción en reciclaje de material textil es:

Tabla 2.1: Mapa de impactos estimados

Tipos de stakeholders	Impactos estimados
Familias en situación de dificultad derivada de los servicios sociales	1. Ahorro personal en la adquisición de ropa 2. Mejora calidad de vida
Trabajadores en inserción	1. Integración 2. Mejora calidad de vida 3. Fomento de interacción social 4. Beneficio emocional 5. Desarrollo personal 6. Participación ciudadana 7. Aprendizaje y desarrollo
Personal laboral de apoyo	1. Empleo 2. Satisfacción personal
Coordinadores del proyecto	1. Empleo 2. Satisfacción personal
Administración pública	1. Ahorro en salud 2. Ahorro en desempleo 3. Ahorro en prestaciones 4. Ahorro personal para recogida de residuos textil 5. Ingresos por aportaciones a la SS 6. Ingresos por tributos

FUENTE: Elaboración propia (2020)

En relación a los *stakeholders* del perfil familias en situación de dificultad derivada de los servicios sociales tiene un impacto positivo ya que por medio de estas empresas que se dedican al reciclaje textil, tales como aRopa2 y A Todo Trapo, permiten darle esa segunda oportunidad a la ropa que de alguna manera ya ha terminado su ciclo de vida en nuestro armario, además que permite de una forma digna y como un consumidor más, percibir/ recibir distintas prendas de vestir, ya que la entrega de ropa destinada para las familias se realiza en la tienda de ropa de aRopa2 o LATIDO VERDE MODA-RE. En este análisis, se puede estimar como hipótesis de trabajo que la entrega de ropa a

familias en situación de dificultad derivada de los servicios sociales tendría un promedio que rondaría en un 20%.

Por otra parte, la disponibilidad de material textil de segunda mano permite al personal de inserción laboral desarrollar múltiples tareas, como recogida de ropa de los contenedores, pesar y registrar el material textil, seleccionar ropa, elaborar trapos o venta, entre otras. Por todo el proceso que conlleva el reciclaje textil genera puestos de trabajo para personas en riesgo de exclusión social. Este proceso permite que el trabajo de forma habitual se convierta en un elemento central en la vida de las personas de inserción, aportando ingresos y estabilidad económica, ya que son factores críticos para tener una vida digna y cubrir las necesidades básicas.

Otra perspectiva importante es que esa labor no solamente se limita en el ámbito económico puesto que hace parte también como factor transformador, aportando a cada persona una serie de beneficios más intangibles, pero igualmente relevante, como son el bienestar emocional, desarrollo personal, interacción social, participación, aprendizaje y desarrollo a nivel social y medioambiental, ya que en la realización de tareas de reciclaje permiten que por medio de su trabajo y experiencia personal, donde de primera mano ven el impacto que se generan en el medio ambiente gracias a su labor, transmitan a su entorno más cercano la importancia de reducir y ahorrar en la gestión de residuos urbanos, como también el aprovechamiento de los materiales desechados pudiendo reutilizarlos de forma continua.

El personal de apoyo, como los coordinadores del proyecto de aRopa2 y A Todo Trapo en términos generales percibe un beneficio personal de carácter psicosocial, permitiéndoles mejorar su satisfacción, ya que su labor es crear empleo para los colectivos en situación de exclusión, y a la vez transmiten sensibilización ambiental y social.

Por su parte, se considera que la Administración Pública es uno de los beneficiarios más significativos, como consecuencia de la existencia de empresas de inserción que se dedican al reciclaje textil, ya que les permite un ahorro de dinero público y a su vez ingresos gracias a la creación de empleo por parte de estas empresas antes mencionadas.

Una vez se ha realizado el impacto que tiene aRopa2 y A Todo Trapo procederíamos a dar valoración monetaria de los mismo en el siguiente apartado.

2.3. VALORACIÓN DE IMPACTOS.

En esta sección se estima el valor económico que tiene para la sociedad el impacto intangible en términos de inclusión social y/o medioambiental del reciclaje textil como de su consumo. Para ello sería oportuno recoger información por medio de encuestas al personal de inserción laboral, también captar datos para saber el volumen de ropa que recogen en cada contenedor, y a su vez poder contrastar ¿Cuánta ropa de segunda mano venden en las tiendas? Y ¿Cuánta ropa destinan a familias derivadas de los servicios sociales? aunque también sería necesario saber ¿Cuánta se queda sin vender? Es importante conocer los informes de auditoría y cuentas anuales para saber las subvenciones que perciben, como cualquier otra información que surja y sea oportuno incluir para el estudio.

Por lo tanto, para proporcionar una valoración monetaria de los impactos estimados sobre los *stakeholders* seleccionados se deberían plantear diversas variables de trabajo, ya que sería fundamental a la hora de instrumentar el cálculo aproximado en euros, ya que es el objetivo a desarrollar en este apartado. Con todo ello las variables básicas de trabajo (Vi) adoptadas en este análisis en relación a las empresas de inserción laboral y reciclaje textil serían las siguientes:

- V1. El número medio de ropa que se recicla a la semana/ mes (según datos).
- V2. Número medio de ropa de segunda mano que se vende en tienda a la semana.
- V3. Protección que se genera al medio ambiente gracias al reciclaje y a la reutilización.
- V4. Número medio de trabajadores de inserción al año.
- V5. Número medio de familias a las que se destina ropa de segunda mano al año.
- V6. La puesta en marcha del proyecto de inserción laboral en el ámbito del reciclaje textil efecto que genera:
 - Emisiones de CO2
 - Impacto social
 - Consumo responsable
- V7. Temporadas en las que se recicla más ropa.
- V8. Contenedores que se ocupan más rápido durante la semana.

Las anteriores hipótesis serían ejemplos a seguir, hay que tener en cuenta que habría que hacer un desglose más detallado dentro de cada hipótesis para obtener el valor de los

impactos de manera más concreta y específica, ya que, como conclusión general de los impactos en los *stakeholders* en valor monetario, en nuestro caso en euros, pasaríamos a resumir toda la información en la tabla que se muestra a continuación.

Tabla 2.2: Valoración (en euros) de impactos estimados por tipo de stakeholders

Tipos de stakeholders	Impactos estimados	Resultado	Valor	%
Familias en situación de dificultad derivada de los servicios sociales	1. Ahorro personal en la adquisición de ropa 2. Mejora calidad de vida			
Trabajadores en inserción	1. Integración 2. Mejora calidad de vida 3. Fomento de interacción social 4. Beneficio emocional 5. Desarrollo personal 6. Participación ciudadana 7. Aprendizaje y desarrollo			
Personal laboral de apoyo	1. Empleo 2. Satisfacción personal			
Coordinadores del proyecto	1. Empleo 2. Satisfacción personal			
Administración pública	1. Ahorro en salud 2. Ahorro en desempleo 3. Ahorro en prestaciones 4. Ahorro personal para recogida de residuos textil 5. Ingresos por aportaciones a la SS 6. Ingresos por tributos			
Total del valor de impactos estimados				

Fuente: Elaboración propia (2020)

3. EN RELACIÓN A LOS RECURSOS INVERTIDOS.

3.1. RECURSOS HUMANOS.

En las empresas de inserción participan dos tipos de recursos humanos, los cuales son:

- El personal asalariado que mantiene una relación laboral gracias al objetivo social que desarrollan las empresas de inserción.
- El personal asalariado que presenta apoyo, formación y guía para las personas en inclusión laboral.

Ahora bien, en relación a los jefes de equipo (coordinadores) se considera la responsabilidad en cada caso, según la función que desempeñan dentro de la empresa, es decir, de acuerdo a sus capacidades profesionales, ya que suponemos que habrá distintos supervisores según el área en el que desarrollan su trabajo. Por ejemplo, aquella/s persona/s que coordinan las rutas para recoger la ropa que se encuentra depositada en los contenedores, otra que se encarga de coordinar o dar orden en la selección del material textil, el peso, y otras atribuciones. Por último, otra persona encargada de dirigir las ventas de ropa de segunda mano en tienda, entre otras tareas relacionadas.

Para poder dar valor a estos recursos humanos podemos plantear las siguientes variables para la realización de los cálculos que fuesen pertinentes:

V9. El tiempo que dedican los coordinadores, así como los trabajadores asalariados en su puesto de trabajo. Horas/día.

V10. El coste por hora de un coordinador, como de los trabajadores asalariados. Euro/hora.

V11. Coste medio en seguridad social por los trabajadores de inserción, como de la empresa.

3.2. RECURSOS MATERIALES.

Aquí la inversión que realizan las empresas es muy amplia, por lo tanto, consideramos oportuno señalar algunas como son:

- a. El transporte y recogida a través de furgonetas del material textil depositado en los contenedores que se encuentran en los diferentes puntos de la ciudad de Zaragoza.
- b. Consumo de contenedores de ropa que utilizan para el depósito de textil que realizan los ciudadanos, ya que se pueden deteriorar o bien hay necesidad de poner algunos más.
- c. Consumo energético en las naves industriales donde se desarrollan las actividades principales de las empresas aRopa2 y A Todo Trapo como en las tiendas de ropa de segunda mano, donde destinan parte de la mercancía textil para vender.
- d. Maquinaria que se utiliza dentro de las naves industriales para poder desarrollar las actividades de la empresa, además hay que mencionar las estanterías, percheros, y otros materiales que se utilizan en la tienda de ropa de segunda mano y que generan otro tipo de inversión material.

Las variables que podríamos plantear son:

V12. Días a la semana que dedican las furgonetas a recoger la ropa de los contenedores.

V13. Consumos medios de combustible por furgoneta.

V14. Media de contenedores de ropa que se tienen que reponer por desperfectos, daños, deterioro.

V15. Consumo medio de energía para desarrollar las actividades de reciclaje en la nave industrial.

V16. Consumo medio de agua para higienizar la ropa que está en condiciones de ser reutilizada y vendida posteriormente.

3.3. VALORACIÓN DE RECURSOS.

Una vez se haya realizado en los apartados anteriores los correspondientes valores en recursos humanos y materiales continuamos con el cálculo de la inversión total que realizan las empresas de inserción en el ámbito del reciclaje textil, por tanto se propone la siguiente tabla.

Tabla 3.2: Valoración de la inversión mensual/anual efectuada por las entidades

	euros	%
Consumo en recursos humanos		
Coste de personal laboral		
Coste de Seguridad Social		
Consumo en recursos materiales		
Máquinas industriales		
Elementos de transporte		
Contenedores de reciclaje		
Consumo energético		
Consumo en agua		
Total del valor		

Fuente: elaboración propia (2020)

Teniendo en cuenta el horizonte temporal al que vamos aplicar las diferentes valoraciones, es decir, mensual o anual, procedemos en el siguiente apartado calcular el SROI.

4. CÁLCULO DEL SROI.

Se procede a la aplicación de la ratio:

$$\frac{(\text{VALOR DEL IMPACTO SOCIAL} - \text{VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL})}{\text{VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL}}$$

Realmente la importancia de la información que nos proporciona la ratio no radica en el importe porcentual, sino en cómo se interpreta la información que nos proporciona, ya

que por medio de esta técnica podemos visualizar qué tipo de *stakeholders* se ve más beneficiado en términos de impacto social gracias a la realización de este proyecto.

Nos podemos encontrar en dos situaciones a la hora de obtener el resultado de la ratio.

- 1 Por una parte, el SROI sea de un 250%, nos indicaría, que, en términos generales de 1 euro invertido por las empresas, la “rentabilidad social” o lo que sería lo mismo, el proyecto permite un retorno de 2,50 euros puramente de valor social y/o ambiental.
- 2 Como caso excepcional nos podemos encontrar con un resultado negativo, y sería consecuencia de realizar una inversión mayor frente al impacto que genera con su actividad, es decir, impacto poco significativo. Pero este caso puede darse como resultado de falta de información y por ello no permitiría dar valor a los diferentes impactos que se generan en los *stakeholders*, y en consecuencia derive en un resultado negativo y sin ningún valor social.

VII. CONCLUSIONES.

Las empresas del tercer sector son cada vez más visibles y relevantes, gracias a ello hemos podido dar más visión a dos tipos de empresa de inserción que tienen como actividad principal el reciclaje textil, ya que en la ciudad de Zaragoza, podemos encontrar otro tipo de empresas de inserción que destinan su actividad a otros ámbitos, por ello tanto aRopa2 como A Todo Trapo van de la mano, compartiendo un fin común, que es la recuperación y reciclaje textil, como donación, entrega social y venta de ropa usada en tienda, además de ofrecer oportunidades de empleo social.

A través de los conocimientos adquiridos académicamente y de la metodología ApS, la cual nos permite, como estudiantes de la Universidad de Zaragoza, ofrecer herramientas de apoyo, análisis y desarrollo para las empresas de inserción en el sector textil, ya que los retos y cambios a los que se enfrentan estas empresas van más rápido que las propuestas expuestas en este trabajo. Ejemplo de ello es la actual situación que estamos experimentando todos con la pandemia del SARS-Cov-2 (COVID-19).

Además, llevar a cabo un proyecto de aprendizaje-servicio supone una experiencia bastante enriquecedora tanto en el ámbito socio-educativo como en el personal, ya que se crean lazos de unión, entre el cuerpo docente, discente y entidades como consecuencia de un trabajo colaborativo.

También he llegado a la conclusión que llevar a cabo un trabajo basado en la metodología ApS e introducirla en la Universidad permite, enfocar otra perspectiva a nivel educativo, haciendo que el alumnado sea protagonista de una realidad social, de esta manera ayudamos dando un servicio y de otra forma, se aprende y se palpa otra realidad. Además, tanto la Universidad como este tipo de entidades ayudan a la consecución de los objetivos previstos dentro de los ODS, ya que abordan causas fundamentales como, trabajo y crecimiento económico, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsable, acción por el clima, vida submarina y vida de ecosistemas terrestres, objetivos transversales y muy importantes dentro de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible.

Esto supone la presentación y futura puesta en marcha de este proyecto, ¿para qué?, para dar apoyo y visualizar el impacto medioambiental y social que genera aRopa2 y A Todo Trapo gracias a su actividad.

También hemos podido comprobar que algunas empresas sociales tienen, como “tradición” aplicar la transparencia en cuanto a sus actuaciones y rendición de cuentas, caso que hemos podido ver en A Todo Trapo, ya que permite visualizar documentos, tales como los informes de auditoría social, específica de estas organizaciones, facilitando una mayor confianza por parte de los *stakeholders*.

Sin embargo, se verifica una clara dificultad en la descripción y medición del impacto social y medioambiental por medio de las actuaciones de estas dos empresas. De hecho, nuestro principal objetivo es suplir esta necesidad. Por ello, queremos darle una valoración, es decir, el reto es pasar de la apariencia y de la intuición que tenemos de estas empresas, a visualizar datos, cambios en el tiempo o impacto social, a través del análisis y resultado que nos proporciona el SROI.

Las recomendaciones para poder llevar a cabo el análisis del SROI más exhaustivo serían:

- Programar actividades entre las entidades y la Universidad, así se crean sinergias y permiten una circulación de información y conocimientos en distintas áreas, ya que fortalecen y amplían los cambios que se han previsto en el proyecto.

- Muy importante, establecer un sistema de información “potente”, esto quiere decir obtener todo tipo de información que permita tener una base enriquecedora, puesto que derivaría en una medición más precisa, así se podrá ver la naturaleza de los cambios a

los que se exponen los grupos de interés, ya que cuanta más información, más facilitará el cálculo del SROI a futuro.

Las contribuciones a través de la propuesta del proyecto, me han permitido la aplicación de las primeras fases del SROI, elaborando así, un documento de utilidad, que facilita el acompañamiento y seguimiento en un futuro análisis SROI.

Para concluir, creo que la base de la metodología ApS es fundamental y permite la formación y el progreso como individuos hacia la mejora de la sociedad, aunque es necesario una formación acerca del aprendizaje-servicio, ya que hay mucho desconocimiento en el área económica de esta metodología, que para mí pensar, es muy interesante, ya que va más allá de una actividad solidaria. Por todo lo expuesto, con la ayuda de todas las partes que implican el desarrollo de este proyecto, los resultados y cambios pueden ser muy significativos.

BIBLIOGRAFÍA

- A Todo Trapo, S.L.U :” Informe de auditoría y cuentas anuales 2019”. Disponible en https://www.fundacioncaritaszgz.es/pdf/Informe_auditoria_y_cuentas_anuales_2019_A_Todo_Trapo.pdf (Fecha de consulta septiembre 2020)
- A Todo Trapo, S.L.U :” Documentos informativos”. Disponible en <https://www.fundacioncaritaszgz.es/index.php/proyectos/empresa-de-insercion-a-todo-trapo> (Fecha de consulta septiembre 2020)
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2009): Marco Conceptual de la Información Financiera para las Entidades Sin Fines Lucrativos”, Documento nº1 de la Comisión de Entidades Sin Fines Lucrativos, AECA, Madrid.
- Batlle, R. “Guía práctica de aprendizaje-servicio”. Disponible en <https://roserbatlle.net/wp-content/uploads/2018/09/Guia-practica-ApS.pdf> (Fecha de consulta septiembre 2020)
- Bellosta, A. (2020). “Información sobre la responsabilidad social de la organización”. Facultad de Economía y Empresa, Zaragoza.
- Carrasco. J (2012). “Proyectos sociales ¿Gasto o inversión? SROI, un método para medir el impacto y la rentabilidad de las inversiones en materia social”. *Es Posible, la revista de la gente que actúa*. Nº 29.
- Comisión Europea (2015). Cerrar el círculo: un plan de acción de la UE para la economía circular. COM(2015)
- Comisión Europea. “El pacto verde Europeo”. Disponible en https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0004.02/DOC_1&format=PDF (Fecha de consulta septiembre 2020)
- Cordero. C y Cruz. C (2012). “La responsabilidad social en las organizaciones del Tercer Sector”. Orientaciones para su aplicación.
- Gobierno de España. “Agenda 2030, Hacia una Estrategia Española de Desarrollo Sostenible”. Disponible en <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/PLAN%20DE%20ACCION%20PARA%20LA%20IMPLEMENTA>

[CION%20DE%20LA%20AGENDA%202030.pdf](#) (Fecha de consulta septiembre 2020)

- Gómez, M y Saavedra, E. “Economía Social: ejemplo privilegiado de Organizaciones Socialmente Responsable”. Disponible en file:///C:/Users/Usuario/AppData/Local/Temp/archivo_564b1885d7915.pdf (Fecha de consulta septiembre 2020)
- Loonela, V, Stoycheva. D. “El nuevo Plan de acción para la economía circular muestra el camino hacia una economía competitiva y climáticamente neutra de consumidores empoderados”. *Comisión Europea- Comunicado de prensa* Disponible en [file:///C:/Users/Usuario/AppData/Local/Temp/Modificar nuestras pautas de producci n y consumo El nuevo Plan de acci n para la econom a circular muestra el camino hacia una econom a competitiva y clim ticamente neu tra de consumidores empoderados..pdf](file:///C:/Users/Usuario/AppData/Local/Temp/Modificar_nuestras_pautas_de_produccion_y_consumo_El_nuevo_Plan_de_accion_para_la_economia_circular_muestra_el_camino_hacia_una_economia_competitiva_y_climaticamente_neutra_de_consumidores_empoderados..pdf) (Fecha de consulta septiembre 2020)
- Naredo, J.M. (2002): “Economía y sostenibilidad. La economía ecológica en perspectiva”.
- Puig, J. M. & Palos, J. (2006). “Rasgos pedagógicos del aprendizaje–servicio”. Cuadernos de Pedagogía, 357, 60–63.
- Romera, I. (2020). “Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa”. Facultad de Economía y Empresa, Zaragoza
- Tapia, Mª N. (2008). “Aprendizaje y servicio solidario”.
- Tiebel Servicios de Inserción, S.L.U : “Memoria 2013”. Disponible en http://aropa2.com/wp-content/uploads/Memoria_2013_aRopa2_def.pdf (Fecha de consulta septiembre 2020).